

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

我們只有單一類別的股份，每一股份對應一份表決權。由於阿里巴巴合夥的董事提名權在《香港聯交所證券上市規則》項下被歸類為不同投票權架構（「不同投票權架構」），我們被視為一家有不同投票權架構的公司。股東及有意投資者應注意投資具有不同投票權架構的公司的潛在風險。我們的美國存託股份（每股美國存託股份代表八股普通股）於紐約證券交易所上市，股份代號為BABA。



Alibaba Group
阿里巴巴集團

Alibaba Group Holding Limited
阿里巴巴集團控股有限公司

（於開曼群島註冊成立的有限責任公司）

（股份代號：9988）

2020年六月底止季度 業績公告

我們在此發佈截至2020年6月30日止的六個月（「2020年六月底止季度」）未經審核業績公告。本2020年六月底止季度未經審核業績公告可於香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.alibabagroup.com 閱覽。

承董事會命
阿里巴巴集團控股有限公司
Timothy A. STEINERT
公司秘書

香港，2020年8月20日

於本公告日期，我們的董事會包括董事張勇先生（董事會主席）、馬雲先生、蔡崇信先生、J. Michael EVANS先生及井賢棟先生；以及獨立董事董建華先生、郭德明先生、楊致遠先生、E. Börje EKHOLM先生及Wan Ling MARTELLO女士。



阿里巴巴集團 2020 年 6 月份季度業績公告

中國杭州，2020 年 8 月 20 日 – 阿里巴巴集團控股有限公司（紐交所代碼：BABA 及港交所代號：9988，「阿里巴巴」或「阿里巴巴集團」或「集團」）今日公佈截至 2020 年 6 月 30 日止季度（「本季度」）業績。

阿里巴巴集團董事會主席兼首席執行官張勇表示：「阿里巴巴在過去一個季度中取得出色的業績表現。這表明，疫情加速了消費者生活方式和企業運營模式的數字化進程，我們也很好地把握了由此帶來的增長機遇。我們運用阿里巴巴整個數字基礎設施的能力，來支持各行各業的復蘇，同時通過滿足疫情後消費者不斷變化的偏好，成功擴大並豐富了我們的消費者基礎。儘管正在經歷不同尋常的時期，我們仍專注於長期發展，致力於兌現使命，為消費者和企業客戶創造真正的價值。」

阿里巴巴集團首席財務官武衛表示：「我們新財年的開局非常強勁，收入同比增長 34%，經調整 EBITDA 同比增長 30%。我們的中國核心商業業務已全面恢復到疫情前的水平，雲計算收入同比增長 59%。穩定的利潤增長和現金流使我們能夠繼續強化核心業務，並投資於長期成長。」

業績概要

截至 2020 年 6 月 30 日止季度：

- 收入為人民幣 1,537.51 億元（217.62 億美元），同比增長 34%。
- 中國零售市場年度活躍消費者達 7.42 億，較截至 2020 年 3 月 31 日止 12 個月期間增加 1,600 萬。
- 2020 年 6 月，中國零售市場移動月活躍用戶達 8.74 億，較 2020 年 3 月增加 2,800 萬。
- 經營利潤為人民幣 347.05 億元（49.12 億美元），同比增長 42%。經調整 EBITDA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 30%至人民幣 510.39 億元（72.24 億美元）。經調整 EBITA（一項非公認會計準則財務指標）同比增長 31%至人民幣 453.72 億元（64.22 億美元）。
- 歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣 475.91 億元（67.36 億美元），淨利潤為人民幣 464.37 億元（65.73 億美元）。非公認會計準則淨利潤為人民幣 394.74 億元（55.87 億美元），同比增長 28%。

- 攤薄每股美國存託股收益為人民幣 17.36 元（2.46 美元），非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣 14.82 元（2.10 美元），同比增長 18%。攤薄每股收益為人民幣 2.17 元（0.31 美元或 2.38 港元），非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣 1.85 元（0.26 美元或 2.03 港元），同比增長 18%。
- 經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 500.99 億元（70.91 億美元），非公認會計準則自由現金流為人民幣 365.70 億元（51.76 億美元）。

上述美國公認會計準則指標至非公認會計準則財務指標的調節見本業績公告下文。

業務及戰略進展

核心商業

中國零售市場 – 豐富的商品選擇、引人入勝的用戶體驗，驅動消費者增長和購買頻次提升

消費者 – 中國最大的消費平台，繼續快速增長並在欠發達地區持續提高滲透率

2020 年 6 月，我們的中國零售市場移動月活躍用戶數達到 8.74 億，單季淨增長 2,800 萬。截至 2020 年 6 月 30 日止的 12 個月，中國零售市場年度活躍消費者達到 7.42 億，單季淨增長 1,600 萬。我們不斷獲取來自欠發達地區的新用戶和消費者，反映我們不斷擴大商品供給以滿足多元化需求的策略持續取得成效。以淘寶特價版為例，它使商家和製造商能夠直接向注重性價比的消費者銷售商品，自 2020 年 3 月推出新版本以來保持快速增長。2020 年 6 月，淘寶特價版的移動月活躍用戶數約 4,000 萬。

商品供給 - 快速增長的平台，提供最全面的商品供給

在 2020 年 6 月止季度，天貓線上實物商品交易額 GMV（剔除未支付訂單）同比增長了 27%，與新冠肺炎疫情爆發前的 2019 年 12 月季度相比，所有主要類別的增長速度相若或更快。這種穩健的增長主要由更高的購買頻率和新增用戶購買驅動，反映了我們消費者分層運營和品類擴充策略的成功。在本季度，快速消費品、家居和消費電子品類增長最快。

天貓國際是幫助海外品牌和商家直接觸達中國消費者、建立獨一無二的品牌認知和消費者洞察的首選平台。本季度，天貓國際 GMV（剔除未支付訂單）同比增長超過 40%，反映出消費者對海外高質量、品牌產品的強勁需求，以及疫情影響下的國際差旅受限制帶來的線上購物增加。

消費者參與度 – 富有吸引力和多元互動方式帶動消費者消費提升

在 2020 年 6 月止季度，我們的中國零售市場 GMV 呈現出穩健的增長。這是由有效的市場營銷活動以及我們通過互動玩法等提升人均消費的持續性成功舉措，共同驅動了消費持續增長。每位消費者的年度支出繼續呈現強勁增長，反映出消費者更高的參與度。

我們的「天貓 618 理想生活狂歡季」在規模和觸達範圍上再創新紀錄。我們提供的互動促銷和針對不同品類的訂製營銷深受消費者歡迎。作為該購物節的一部分，我們的中國零售市場與地方政府和商業夥伴一道，提供了百億級人民幣的消費券和補貼，激發內需潛力，振興中國各地的商業活動。

淘寶直播的生態系統繼續強化優勢，被各行各業的品牌、零售商和商家廣泛應用於不同的產品類目之中。淘寶直播的網絡紅人（KOL）繼續在淘寶直播平台上創造強勁的 GMV 增長。與此同時，品牌、零售商和商家也舉辦更多直播場次來吸引消費者。在 2020 年 6 月的季度中，淘寶直播的 GMV 持續同比增長超過 100%。此外，商家自播貢獻了大約 60% 的淘寶直播 GMV（剔除未支付訂單）。

新零售 – 以新商業模式不斷創造價值，支持實體零售業數字化轉型

我們的新零售業務持續加速線下零售合作夥伴的數字化轉型，支持他們為消費者提供線上和線下無縫銜接的購物體驗。我們的商超新零售業務，也正受益於中國消費者日益增長的線上雜貨和日用品購買行為。

新城建設 – 我們自營的零售連鎖商超盒馬鮮生繼續擴展門店網絡，實現強勁的同店銷售增長，優化門店運營並提升用戶體驗。在 2020 年 6 月止季度，盒馬鮮生 GMV 的線上滲透率持續超過 60%。截至 2020 年 6 月 30 日，我們在中國的自營盒馬鮮生門店數量為 214 家，主要位於一、二線城市。

舊城改造 – 通過我們為商超零售夥伴提供的全渠道解決方案，天貓超市繼續深化與高鑫零售有限公司（「高鑫零售」）的合作。自 2019 年 9 月推出以來，我們的半日達服務使用高鑫零售的門店庫存，讓消費者可以享受到更多的商品選擇和更快的商品配送，半日達服務由此呈現強勁增長。我們的半日達服務幫助高鑫零售獲得了居住在門店 20 公里半徑內的線上消費者。在 2020 年 6 月止季度，阿里巴巴為高鑫零售賦能所貢獻的收入佔總收入約 15%。

本地生活服務 – 增加投資以擴大市場滲透，注重運營效率

隨著中國的疫情防控措施常態化，餓了麼 GMV 於 4 月出現正增長，本季度表現持續改善。本季度即時配送業務單筆訂單的單位經濟效益為正，反映出配送網絡效率的提高，以及運用消費者洞察技術提高了營銷效率。

通過我們的數字技術和阿里巴巴數字經濟體的增值服務，我們在中國各地吸引了許多高品質的連鎖餐廳和本地服務商家。因此，商戶入駐持續加速，截至 2020 年 6 月 30 日，餓了麼註冊商戶數量同比增長 30%。通過阿里巴巴數字經濟體，我們還會繼續為本地生活服務業務獲取新用戶。2020 年 6 月止季度，餐飲外賣的新增消費者中約有 45% 來自支付寶應用程序。

菜鳥網絡 – 進一步實踐最後一公里解決方案以及國際和跨境履約

菜鳥網絡繼續通過數字技術及基建投資，提升其夥伴及中國物流行業的運轉效率。在城市地區，越來越多的第三方物流夥伴接入菜鳥驛站（社區及校園驛站，以及住宅區自提點），以優化他們最後一公里的配送服務。於 2020 年 6 月，菜鳥驛站的日均包裹處理量同比增長超過 100%。

新冠肺炎疫情導致在中國運營的海外企業及機構在進出口貨品方面大受影響。本季度，菜鳥網絡利用其專用的全球倉庫網絡及智能清關系統為各企業及機構提供強大的進出口履約解決方案。例如，在 2020 年 4 月，聯合國世界糧食計劃署（United Nations World Food Programme）選擇了菜鳥網絡為其提供商業對接、海關申報及跨境運輸服務，作為其就新冠肺炎疫情開展的全球應對措施的一部分。

國際業務 – 東南亞市場取得強勁增長

我們旗下東南亞電商平台 Lazada 維持強勁的增長勢頭。截至 2020 年 6 月底止季度，Lazada 的季度訂單量同比增長超過 100%，體現出消費者對日用百貨、快速消費品及電子商品的強勁需求。這種強勁增長也反映出東南亞地區正加速轉向線上消費。本季度，Lazada 的商家數量穩健增長，商品供給有更大的增長。品牌和商家也在利用直播及小遊戲等互動方式，與線上消費者互動。

雲計算

阿里雲通過研發技術和商業解決方案，推動各行各業數字化轉型，繼續保持其在亞太地區雲計算市場的領先地位。根據 IDC（2020 年 7 月），按截至 2020 年 3 月 31 日止季度，IaaS（基建即服務）及 PaaS（平台即服務）的市場份額計算，阿里雲是中國最大的公有雲服務供應商。

我們持續擴展及升級 PaaS 的服務供應，例如數據分析及數據庫管理等。根據國際事務處理性能委員會（Transaction Processing Performance Council）公佈，我們的超大規模雲原生數據倉庫 AnalyticDB 連續第二年被評為全球最快即時數據庫方案。AnalyticDB 讓企業可以即時處理 PB 級的數據分析，並廣泛應用於不同行業，包括電商、金融、物流、公共交通及娛樂。

截至 2020 年 6 月底止季度，雲計算收入同比增長 59% 至人民幣 123.45 億元（17.47 億美元），主要由於公有雲及混合雲收入均實現增長，並反映來自每位客戶的平均收入增長。

數字媒體及娛樂

優酷持續聚焦於通過提供更多原創及獨家內容增加付費用戶並打造優越的用戶體驗。本季度，優酷的日均付費用戶規模持續擴大，同比增長超過 60%。有關增長主要受益於優酷更精準高效的新付費用戶招募，以及來自中國零售市場 88VIP 會員計劃的貢獻增加。除此之外，由於我們持續聚焦於優酷業務的投資回報及成本效益，本季度內的虧損同比進一步收窄。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至 2020 年 6 月 30 日止季度的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣 500.99 億元（70.91 億美元），較 2019 年同期的人民幣 346.12 億元增長 45%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）為人民幣 365.70 億元（51.76 億美元），較 2019 年同期的人民幣 263.61 億元增長 39%，主要由於我們盈利的穩健增長。經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節見本業績公告下文。

重要運營指標*

| | 2019 年 6 月 30 日 | 2020 年 3 月 31 日 | 2020 年 6 月 30 日 | 淨增加 | |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|----------|
| | | | | 年度 同比 | 季度 環比 |
| 中國零售商業： | | | | | |
| 年度活躍消費者 ⁽¹⁾ （以百萬計） | 674 | 726 | 742 | 68 | 16 |
| 移動月活躍用戶 ⁽²⁾ （以百萬計） | 755 | 846 | 874 | 119 | 28 |

* 有關本業績公告所使用但未釋義的詞語，請參閱截至 2020 年 3 月 31 日止財政年度 20-F 表格所載的年度報告。

(1) 就截至個別日期止十二個月。

(2) 就截至個別日期止月份。

6 月份季度財務業績概要

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | | %同比變動 |
|--------------------------------------|-------------------|---------|-------------------|---------------------|
| | 2019 | 2020 | | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 ⁽¹⁾ | |
| | (以百萬計，百分比及每股數據除外) | | | |
| 收入 | 114,924 | 153,751 | 21,762 | 34% |
| 經營利潤 | 24,375 | 34,705 | 4,912 | 42% |
| 經營利潤率 | 21% | 23% | | |
| 經調整 EBITDA ⁽²⁾ | 39,238 | 51,039 | 7,224 | 30% |
| 經調整 EBITDA 利潤率 ⁽²⁾ | 34% | 33% | | |
| 經調整 EBITA ⁽²⁾ | 34,556 | 45,372 | 6,422 | 31% |
| 經調整 EBITA 利潤率 ⁽²⁾ | 30% | 30% | | |
| 淨利潤 | 19,122 | 46,437 | 6,573 | 143% ⁽³⁾ |
| 歸屬於普通股股東的淨利潤 | 21,252 | 47,591 | 6,736 | 124% ⁽³⁾ |
| 非公認會計準則淨利潤 ⁽²⁾ | 30,949 | 39,474 | 5,587 | 28% |
| 攤薄每股收益 ⁽⁴⁾ | 1.01 | 2.17 | 0.31 | 115% ⁽³⁾ |
| 攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾ | 8.06 | 17.36 | 2.46 | 115% ⁽³⁾ |
| 非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾ | 1.57 | 1.85 | 0.26 | 18% |
| 非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁴⁾ | 12.55 | 14.82 | 2.10 | 18% |

(1) 本業績公告包含若干人民幣金額兌換為美元及港元的財務數據，僅為方便讀者。除另有注明外，人民幣兌換為美元的所有折算均按人民幣 7.0651 元兌 1.00 美元的匯率折算，即 2020 年 6 月 30 日美國聯邦儲備局 H.10 統計數據所載之匯率。人民幣兌換為港元的所有折算均按人民幣 0.91344 元兌 1.00 港元的匯率折算，即 2020 年 6 月 30 日中國人民銀行公佈的人民幣匯率中間價。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

(2) 有關本業績公告內提述的非公認會計準則財務指標的更多資料，請參見「分部信息」、「非公認會計準則財務指標」及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比公認會計準則指標之間的調節」各節。

(3) 同比增長主要由於截至 2020 年 6 月 30 日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生淨收益，而 2019 年同期同類股權證券交易價格下跌而錄得淨損失。

(4) 每股美國存託股代表八股普通股（已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

6月份季度分部信息

所示期間我們的經營分部的財務資料概要如下表所示：

| 截至 2020 年 6 月 30 日止三個月 | | | | | | |
|------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|--------------------|---------|-------------------|
| 核心商業 | 雲計算 | 數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾ | 創新業務 及其他 ⁽¹⁾ | 未分攤 ⁽²⁾ | 合併 | |
| 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| (以百萬計，百分比除外) | | | | | | |
| 收入 | 133,318 | 12,345 | 6,994 | 1,094 | — | 153,751 21,762 |
| 經營利潤(虧損) | 45,192 | (1,774) | (2,018) | (3,565) | (3,130) | 34,705 4,912 |
| 加：股權激勵費用 | 3,425 | 1,425 | 452 | 837 | 1,576 | 7,715 1,092 |
| 加：無形資產攤銷 | 2,620 | 7 | 245 | 23 | 57 | 2,952 418 |
| 經調整 EBITA | 51,237 ⁽³⁾ | (342) | (1,321) | (2,705) | (1,497) | 45,372 6,422 |
| 經調整 EBITA 利潤率 | 38% | (3)% | (19)% | (247)% | | 30% |
| | | | | | | |
| 截至 2019 年 6 月 30 日止三個月 | | | | | | |
| 核心商業 | 雲計算 | 數字媒體 及娛樂 ⁽¹⁾ | 創新業務 及其他 ⁽¹⁾ | 未分攤 ⁽²⁾ | 合併 | |
| 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | |
| (以百萬計，百分比除外) | | | | | | |
| 收入 | 99,544 | 7,787 | 6,426 | 1,167 | — | 114,924 |
| 經營利潤(虧損) | 35,049 | (1,509) | (3,282) | (2,877) | (3,006) | 24,375 |
| 加：股權激勵費用 | 3,310 | 1,147 | 621 | 990 | 1,047 | 7,115 |
| 加：無形資產攤銷 | 2,666 | 4 | 330 | 20 | 46 | 3,066 |
| 經調整 EBITA | 41,025 ⁽³⁾ | (358) | (2,331) | (1,867) | (1,913) | 34,556 |
| 經調整 EBITA 利潤率 | 41% | (5)% | (36)% | (160)% | | 30% |

(1) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

(2) 未分攤費用主要為未分攤至各分部的公司行政費用及其他雜項費用。

(3) 核心商業交易市場經調整 EBITA 同比增加 19%至人民幣 55,476 百萬元（7,852 百萬美元）。核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節見本業績公告下文。

6 月份季度營運及財務業績

收入

截至 2020 年 6 月 30 日止三個月的收入為人民幣 153,751 百萬元（21,762 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 114,924 百萬元增長 34%。上述增長主要由我們的中國零售商業及雲計算業務的強勁收入增長所驅動。

所示期間內我們按分部劃分的收入明細如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | | | | |
|------------------------|-----------------|------------|--------------|--------|------------|-----------|
| | 2019 | | 2020 | | %佔收入 比例 | %同比 變動 |
| | 人民幣 | %佔收入 比例 | 人民幣 | 美元 | | |
| | | | | | | |
| | | | (以百萬計，百分比除外) | | | |
| 核心商業： | | | | | | |
| 中國零售商業 | | | | | | |
| – 客戶管理 | 41,954 | 37% | 51,434 | 7,280 | 33% | 23% |
| – 佣金 | 16,902 | 15% | 19,781 | 2,800 | 13% | 17% |
| – 其他 ⁽¹⁾ | 16,745 | 14% | 30,106 | 4,261 | 20% | 80% |
| | 75,601 | 66% | 101,321 | 14,341 | 66% | 34% |
| 中國批發商業 | 2,992 | 3% | 3,484 | 493 | 2% | 16% |
| 跨境及全球零售商業 | 5,567 | 5% | 7,012 | 992 | 5% | 26% |
| 跨境及全球批發商業 | 2,245 | 2% | 3,204 | 454 | 2% | 43% |
| 菜鳥物流服務 | 5,005 | 4% | 7,713 | 1,092 | 5% | 54% |
| 本地生活服務 | 6,180 | 5% | 7,101 | 1,005 | 5% | 15% |
| 其他 | 1,954 | 2% | 3,483 | 493 | 2% | 78% |
| 核心商業合計 | 99,544 | 87% | 133,318 | 18,870 | 87% | 34% |
| 雲計算 | 7,787 | 7% | 12,345 | 1,747 | 8% | 59% |
| 數字媒體及娛樂 ⁽²⁾ | 6,426 | 5% | 6,994 | 990 | 4% | 9% |
| 創新業務及其他 ⁽²⁾ | 1,167 | 1% | 1,094 | 155 | 1% | (6)% |
| 總計 | 114,924 | 100% | 153,751 | 21,762 | 100% | 34% |

(1) 中國零售商業下「其他」收入主要由我們的新零售及直營業務（主要包括天貓超市、盒馬、進口直營和銀泰）產生。

(2) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

核心商業

- 中國零售商業

截至 2020 年 6 月 30 日止三個月，我們來自中國零售商業的收入為人民幣 101,321 百萬元（14,341 百萬美元），相較 2019 年同期的人民幣 75,601 百萬元增長 34%。中國零售商業的收入與 2020 年 3 月份季度相比錄得強勁復蘇。客戶管理收入及佣金收入合計同比增長 21%，其中客戶管理收入增長 23%、佣金收入增長 17%。客戶管理收入的增長主要由於包括推薦信息流在內的新變現模式的收入貢獻實現增長，以及搜索變現付費點擊量的上升。

佣金收入的增長主要由於天貓線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）同比增長27%。佣金收入與天貓線上實物商品GMV（剔除未支付訂單）增幅不完全同步，主要由於擁有較低混合佣金率的快速消費品及消費電子產品品類實現快速增長，以及由於我們為支持商家客戶的舉措帶來的影響，其中包括我們免除了2020上半年的年度服務費。

中國零售商業業務項下的「其他」收入為人民幣30,106百萬元（4,261百萬美元），相較2019年同期的人民幣16,745百萬元，按年同比增長達80%。該增長主要來自包括天貓超市和盒馬在內的直營業務的貢獻以及我們自2019年9月起合併考拉所驅動。

我們預期我們的直營業務收入的比例將隨著我們進一步實施新零售戰略而繼續增大。

- **中國批發商業**

截至2020年6月30日止三個月，中國批發商業收入為人民幣3,484百萬元（493百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,992百萬元增長16%。增長的主要原因是來自1688.com平台付費會員的平均收入增加，以及來自零售通的收入增長。零售通是我們為幫助快消品品牌製造商及其分銷商直接連接小型零售商而搭建的平台。

- **跨境及全球零售商業**

截至2020年6月30日止三個月，跨境及全球零售商業收入為人民幣7,012百萬元（992百萬美元），相較2019年同期的人民幣5,567百萬元增長26%。增長的主要原因是來自Lazada和Trendyol的收入增長，部份被我們在2019年10月終止合併速賣通俄羅斯業務，以及受新冠肺炎疫情持續影響的供應鏈和物流中斷而導致速賣通收入減少所抵銷。

- **跨境及全球批發商業**

截至2020年6月30日止三個月，跨境及全球批發商業收入為人民幣3,204百萬元（454百萬美元），相較2019年同期的人民幣2,245百萬元增長43%。增長的主要原因是來自Alibaba.com付費會員數量的增加，以及與跨境業務相關的增值服務收入的增長。

- **菜鳥物流服務**

截至2020年6月30日止三個月，菜鳥網絡物流服務收入主要來自其國內及國際一站式物流服務與供應鏈解決方案，抵銷內部交易的影響後合計為人民幣7,713百萬元（1,092百萬美元），相較2019年同期的人民幣5,005百萬元增長54%，主要原因是我們快速發展的跨境及全球零售商業業務所帶來的單均收入的上升和已履約的訂單量的增長。

- **本地生活服務**

本地生活服務收入主要來自我們的即時配送和本地生活服務平台餓了麼的平台佣金、提供配送服務收取的服務費及其他服務費，截至2020年6月30日止三個月共人民幣7,101百萬元（1,005百萬美元），相較2019年同期的人民幣6,180百萬元增長15%，主要原因是單均價值的上升。

雲計算

截至2020年6月30日止三個月，來自雲計算業務的收入為人民幣12,345百萬元（1,747百萬美元），相較2019年同期的人民幣7,787百萬元增長59%，主要由於來自公有雲及混合雲業務的收入均實現增長。

數字媒體及娛樂

截至2020年6月30日止三個月，來自數字媒體及娛樂分部的收入為人民幣6,994百萬元（990百萬美元），相較2019年同期的人民幣6,426百萬元增長9%。增長的主要原因是來自線上遊戲收入及會員費收入增長，部份被客戶管理收入的減少所抵銷。

自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

創新業務及其他

截至2020年6月30日止三個月，來自創新業務及其他的收入為人民幣1,094百萬元（155百萬美元），相較2019年同期的人民幣1,167百萬元減少6%。

如上所述，自本季度開始，我們把自研線上遊戲業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。

成本和費用

下表載列於所示期間我們按功能劃分的成本及費用、股權激勵費用及不含股權激勵費用的成本及費用明細。

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | | | | |
|-------------------------|-----------------|------------|----------------|---------------|------------|--------------------|
| | 2019 | | 2020 | | %佔收入 比例 | %佔收入 比例 同比變動 |
| | 人民幣 | %佔收入 比例 | 人民幣 | 美元 | | |
| | (以百萬計，百分比除外) | | | | | |
| 成本及費用： | | | | | | |
| 營業成本 | 59,987 | 53% | 84,523 | 11,963 | 55% | 2% |
| 產品開發費用 | 10,478 | 9% | 11,082 | 1,569 | 7% | (2)% |
| 銷售和市場費用 | 10,698 | 9% | 13,652 | 1,932 | 9% | 0% |
| 一般及行政費用 | 6,320 | 5% | 6,837 | 968 | 4% | (1)% |
| 無形資產攤銷 | 3,066 | 3% | 2,952 | 418 | 2% | (1)% |
| 成本及費用總額 | 90,549 | 79% | 119,046 | 16,850 | 77% | (2)% |
| 股權激勵費用： | | | | | | |
| 營業成本 | 1,747 | 2% | 1,934 | 274 | 1% | (1)% |
| 產品開發費用 | 3,009 | 2% | 3,125 | 442 | 2% | 0% |
| 銷售和市場費用 | 862 | 1% | 738 | 104 | 1% | 0% |
| 一般及行政費用 | 1,497 | 1% | 1,918 | 272 | 1% | 0% |
| 股權激勵費用總額 | 7,115 | 6% | 7,715 | 1,092 | 5% | (1)% |
| 不含股權激勵費用的成本及費用： | | | | | | |
| 營業成本 | 58,240 | 51% | 82,589 | 11,689 | 54% | 3% |
| 產品開發費用 | 7,469 | 7% | 7,957 | 1,127 | 5% | (2)% |
| 銷售和市場費用 | 9,836 | 8% | 12,914 | 1,828 | 8% | 0% |
| 一般及行政費用 | 4,823 | 4% | 4,919 | 696 | 3% | (1)% |
| 無形資產攤銷 | 3,066 | 3% | 2,952 | 418 | 2% | (1)% |
| 不含股權激勵費用的成本及費用總額 | 83,434 | 73% | 111,331 | 15,758 | 72% | (1)% |

營業成本 – 截至2020年6月30日止三個月的營業成本為人民幣84,523百萬元（11,963百萬美元），佔收入比例55%，2019年同期為人民幣59,987百萬元，佔收入比例53%。若不考慮股權激勵費用的影響，營業成本佔收入的比例將從截至2019年6月30日止三個月的51%增加至截至2020年6月30日止三個月的54%。該增長主要來自我們直營業務（包括天貓超市及自營新零售在內的業務）收入貢獻的增長所導致的存貨成本上升，以及合併考拉的影響，部分被我們本地生活服務的物流成本下降及優酷的內容成本下降所抵銷。

產品開發費用 – 截至2020年6月30日止三個月的產品開發費用為人民幣11,082百萬元（1,569百萬美元），佔收入比例7%，2019年同期為人民幣10,478百萬元，佔收入比例9%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年6月30日止三個月產品開發費用佔收入的比例將相較2019年同期的7%下降至5%。

銷售和市場費用 – 截至2020年6月30日止三個月的銷售和市場費用為人民幣13,652百萬元（1,932百萬美元），佔收入比例9%，2019年同期為人民幣10,698百萬元，佔收入比例9%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年6月30日止三個月及2019年同期銷售和市場費用佔收入的比例將平穩維持在8%。

一般及行政費用 – 截至2020年6月30日止三個月的一般及行政費用為人民幣6,837百萬元（968百萬美元），佔收入比例4%，2019年同期為人民幣6,320百萬元，佔收入比例5%。若不考慮股權激勵費用的影響，截至2020年6月30日止三個月一般及行政費用佔收入比例將相較2019年同期的4%下降至3%，反映了經營規模效益。

股權激勵費用 – 截至2020年6月30日止三個月計入上述成本和費用的股權激勵費用為人民幣7,715百萬元（1,092百萬美元），較2019年同期的人民幣7,115百萬元增加8%。截至2020年6月30日止三個月股權激勵費用佔收入的比例將相較2019年同期的6%下降至5%。

所示季度內，按激勵類型劃分的股權激勵費用的情況如下：

| | 截至所示日期止三個月 | | | | | | | %變動 | |
|---|----------------|------------|----------------|------------|----------------|--------------|-----------|------------|--------------|
| | 2019年 6月30日 | | 2020年 3月31日 | | 2020年 6月30日 | | 按年 | | |
| | 人民幣 | %佔收入 比例 | 人民幣 | %佔收 入比例 | 人民幣 | 美元 | | %佔收 入比例 | |
| | | | | | | | | | |
| 按激勵類型： | | | | | | | | | |
| 阿里巴巴集團的 股權激勵 ⁽¹⁾ | 5,898 | 5% | 6,832 | 6% | 6,758 | 956 | 4% | 15% | (1)% |
| 螞蟻集團相關並授 予我們員工的股 權激勵 ⁽²⁾ | 352 | 0% | 259 | 0% | 273 | 39 | 0% | (22)% | 5% |
| 其他 ⁽³⁾ | 865 | 1% | 1,561 | 2% | 684 | 97 | 1% | (21)% | (56)% |
| 股權激勵費用合計 | 7,115 | 6% | 8,652 | 8% | 7,715 | 1,092 | 5% | 8% | (11)% |

(1) 包括授予我們的員工、螞蟻集團的員工及其他顧問的激勵。自2019年9月23日我們取得螞蟻集團33%股份後，授予螞蟻集團的員工的激勵費用會計入權益法核算的投資損益。

(2) 按市值計價作會計處理的激勵。

(3) 「其他」主要是我們子公司的股權激勵。

相較上季度，本季度與阿里巴巴集團的股權激勵相關的費用維持平穩。本季度與我們子公司的股權激勵相關的費用較上季度下降，主要原因是上季度部分子公司的激勵以現金結算而產生的一次性影響。

我們預計股權激勵費用將繼續受到本公司股價、我們子公司的股權激勵實施情況以及未來我們授出的激勵數量的變動影響。此外，我們預計股權激勵費用可能受到任何未來螞蟻集團權益估值變動而產生重大影響，但此類變動將不會攤薄股東權益。

無形資產攤銷 – 截至2020年6月30日止三個月的無形資產攤銷為人民幣2,952百萬元（418百萬美元），相較2019年同期的人民幣3,066百萬元減少4%。

經營利潤及經營利潤率

截至2020年6月30日止三個月的經營利潤為人民幣34,705百萬元（4,912百萬美元），佔收入比例23%，相較2019年同期的人民幣24,375百萬元，佔收入比例21%，增長42%。

經調整 EBITDA 及經調整 EBITA

截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITDA為人民幣51,039百萬元（7,224百萬美元），相較2019年同期的人民幣39,238百萬元增長30%。截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣45,372百萬元（6,422百萬美元），相較2019年同期的人民幣34,556百萬元增長31%。淨利潤調整至經調整EBITDA及經調整EBITA的調節見本業績公告下文。

按分部劃分的經調整 EBITA 及經調整 EBITA 利潤率

按分部劃分的經調整EBITA及經調整EBITA利潤率如下。關於經營利潤和經調整EBITA之間的具體調節，請參見以上「分部信息」。

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | | | |
|------------------------|-----------------|--------------|---------|-------|--------------|
| | 2019 | | 2020 | | %佔分部 收入比例 |
| | 人民幣 | %佔分部 收入比例 | 人民幣 | 美元 | |
| | （以百萬計，百分比除外） | | | | |
| 核心商業 | 41,025 | 41% | 51,237 | 7,252 | 38% |
| 雲計算 | (358) | (5)% | (342) | (48) | (3)% |
| 數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾ | (2,331) | (36)% | (1,321) | (187) | (19)% |
| 創新業務及其他 ⁽¹⁾ | (1,867) | (160)% | (2,705) | (383) | (247)% |

(1) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

核心商業分部 – 核心商業分部截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITA為人民幣51,237百萬元（7,252百萬美元），較2019年同期的人民幣41,025百萬元增長25%，主要由於核心商業交易市場經調整EBITA增長至人民幣55,476百萬元（7,852百萬美元），以及本地生活服務和菜鳥網絡業務的虧損減少，反映我們的配送及物流網絡效率的提升。經調整EBITA利潤率從截至2019年6月30日止三個月的41%下降至截至2020年6月30日止三個月的38%，主要由於我們自營新零售業務和直營業務收入貢獻的增長，而該兩種業務的收入均以總額法進行確認（其中包括存貨成本），以及於2019年9月開始合併考拉的影響。

核心商業經調整EBITA調整至核心商業交易市場經調整EBITA的調節見本業績公告下文。

我們預計核心商業分部的經調整EBITA利潤率將會持續受到我們對於新業務的投資，以及我們自營新零售業務和直營業務收入的增長的影響。

雲計算分部 – 雲計算分部截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣342百萬元（48百萬元），2019年同期為虧損人民幣358百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年6月30日止三個月的負5%改善至截至2020年6月30日止三個月的負3%。

數字媒體及娛樂分部 – 數字媒體及娛樂分部截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣1,321百萬元（187百萬元），2019年同期為虧損人民幣2,331百萬元。相應的經調整EBITA利潤率從截至2019年6月30日止三個月的負36%改善至截至2020年6月30日止三個月的負19%，主要由於內容成本下降等因素而導致優酷的虧損減少，以及線上遊戲業務的貢獻增加。

如上所述，自本季度開始，我們把自研線上遊戲業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。

創新業務及其他分部 – 創新業務及其他分部截至2020年6月30日止三個月的經調整EBITA虧損人民幣2,705百萬元（383百萬元），2019年同期為虧損人民幣1,867百萬元，主要由於釘釘業務擴展導致虧損增加，以及我們對於技術研究和創新的投入。

如上所述，自本季度開始，我們把自研線上遊戲業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。

利息收入和投資淨收益

截至2020年6月30日止三個月的利息收入和投資淨收益為人民幣22,137百萬元（3,133百萬元），2019年同期為人民幣187百萬元，主要由於截至2020年6月30日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生淨收益，而2019年同期同類股權證券交易價格下跌而錄得淨損失。上述提及的收益及損失未計入非公認會計準則淨利潤。

其他淨收支

截至2020年6月30日止三個月的其他淨收益為人民幣1,493百萬元（212百萬元），2019年同期為人民幣2,101百萬元。同比減少主要由於2019年9月我們取得螞蟻集團33%股份後，已終止了與螞蟻集團的許可使用費和軟件技術服務費。該影響部分被匯兌損失減少所抵銷。

所得稅費用

截至2020年6月30日止三個月的所得稅費用為人民幣11,124百萬元（1,574百萬美元），2019年同期為人民幣6,712百萬元。

截至2020年6月30日止三個月的有效稅率為19%，去年同期為27%。若不考慮股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及來自權益法核算的投資損益的遞延所得稅影響，截至2020年6月30日止三個月的有效稅率為20%。

權益法核算的投資損益

截至2020年6月30日止三個月的權益法核算的投資損益為收益人民幣349百萬元（49百萬美元），2019年同期為人民幣517百萬元。截至2020年6月30日止三個月以及可比期間的權益法核算的投資損益構成如下：

| | 截至所示日期止三個月 | | | |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|-------|
| | 2019年 6月30日 | 2020年 3月31日 | 2020年 6月30日 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | | |
| 權益法核算的投資收益(損失) | | | | |
| - 螞蟻集團 | — | 5,109 | 3,034 | 429 |
| - 其他 | 941 | 164 | (1,471) | (208) |
| 減值損失 | — | (234) | — | — |
| 由於所持股份被攤薄帶來的 損失 | (5) | (249) | (6) | (1) |
| 其他 ⁽¹⁾ | (419) | (1,245) | (1,208) | (171) |
| 總計 | 517 | 3,545 | 349 | 49 |

(1) 「其他」主要包括對於權益法核算的被投資企業的無形資產攤銷及股權激勵費用。

我們均延後一個季度確認所有權益法核算的投資損益。截至2020年6月30日止三個月的權益法核算的其他投資損失增加主要由於我們權益法核算的被投資企業的財務表現均有所下降。此外，截至2020年6月30日止三個月，「其他」項目的費用同比增加主要由於2019年9月我們收到螞蟻集團股份後就螞蟻集團的無形資產開始攤銷。

新冠肺炎疫情令經濟受廣泛干擾，有可能對我們權益法核算的被投資企業的業務產生不利因素，而為我們在未來期間的權益法核算的投資損益帶來負面影響。

淨利潤及非公認會計準則淨利潤

截至2020年6月30日止三個月的淨利潤為人民幣46,437百萬元（6,573百萬美元），相較2019年同期人民幣19,122百萬元增長143%。同比增加主要由於截至2020年6月30日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生淨收益，而2019年同期同類股權證券交易價格下跌而錄得淨損失。

剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2020年6月30日止三個月的非公認會計準則淨利潤為人民幣39,474百萬元（5,587百萬美元），相較

2019年同期的人民幣30,949百萬元增長28%。淨利潤調整至非公認會計準則淨利潤的調節見本業績公告下文。

歸屬於普通股股東的淨利潤

截至2020年6月30日止三個月的歸屬於普通股股東的淨利潤為人民幣47,591百萬元（6,736百萬美元），較2019年同期的人民幣21,252百萬元增長124%。同比增加主要由於截至2020年6月30日止三個月我們所投資的上市公司股權證券交易價格上升而產生淨收益，而2019年同期同類股權證券交易價格下跌而錄得淨損失。

攤薄每股美國存託股/每股收益及非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益

截至2020年6月30日止三個月，按本季度21,926百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的攤薄每股美國存託股收益為人民幣17.36元（2.46美元），較2019年同期按21,075百萬股已發行攤薄股份的加權平均股數計算的人民幣8.06元增長115%。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2020年6月30日止三個月的非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益為人民幣14.82元（2.10美元），較2019年同期的人民幣12.55元增長18%。

截至2020年6月30日止三個月攤薄每股收益為人民幣2.17元（0.31美元或2.38港元），較2019年同期的人民幣1.01元增長115%。剔除股權激勵費用、重估和處置投資的收益（損失）、投資的減值損失以及其他若干項目，截至2020年6月30日止三個月的非公認會計準則攤薄每股收益為人民幣1.85元（0.26美元或2.03港元），較2019年同期的人民幣1.57元增長18%。

攤薄每股美國存託股/每股收益調整至非公認會計準則攤薄每股美國存託股/每股收益的調節見本業績公告下文。每股美國存託股代表八股普通股（已反映於2019年7月30日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

現金、現金等價物和短期投資

2020年6月30日，現金、現金等價物和短期投資金額為人民幣381,578百萬元（54,009百萬美元），而2020年3月31日為人民幣358,981百萬元。現金、現金等價物和短期投資在截至2020年6月30日止三個月的增加主要來自經營活動產生的自由現金流人民幣36,570百萬元（5,176百萬美元），部分被投資和收購活動所用的現金流量淨額人民幣9,993百萬元（1,414百萬美元）所抵銷。

經營活動產生的現金流量及自由現金流

截至2020年6月30日止三個月的經營活動產生的現金流量淨額為人民幣50,099百萬元（7,091百萬美元），較2019年同期的人民幣34,612百萬元增長45%。自由現金流（一項非公認會計準則流動性指標）從截至2019年6月30日止三個月的人民幣26,361百萬元增長39%至截至2020年6月30日止三個月的人民幣36,570百萬元（5,176百萬美元），主要由於我們盈利的穩健增長。經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節見本業績公告下文。

投資活動所用的現金流量

截至2020年6月30日止三個月的投資活動所用的現金流量淨額為人民幣67,728百萬元（9,586百萬美元），主要反映了(i)短期投資增加人民幣44,009百萬元（6,229百萬美元），(ii)資本性支出人民幣13,638百萬元（1,930百萬美元），包括購置與企業園區有關的土地使用權及在建工程的現金支出人民幣266百萬元（37百萬美元），以及(iii)投資和收購活動現金支出人民幣12,153百萬元（1,720百萬美元）。上述提及的現金支出，部分被處置多項投資所得的現金流入人民幣2,160百萬元（306百萬美元）所抵銷。

我們自2020年4月1日起採用ASU 2019-02「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題926-20號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題920-350號）」。由於採用該更新會計政策，我們從本財年第一季度開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用ASU 2019-02之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

員工

截至2020年6月30日，我們的員工總數為120,535人，截至2020年3月31日為117,600人。

網絡廣播及電話會議資料

阿里巴巴集團管理層將於2020年8月20日美國東岸時間上午七時三十分（香港時間下午七時三十分）舉行電話會議，以討論財務業績。

電話會議的詳情如下：

國際：+65 6713 5330

美國：+1 347 549 4094

英國：+44 203 713 5084

香港：+852 3018 8307

中國固定網絡：800 8700 532

中國移動電話：400 624 0407

會議編號：9264889（英語）

會議編號：7490169（普通話同聲傳譯，僅供聆聽）

您可在 <https://www.alibabagroup.com/tc/ir/earnings> 上訪問業績電話會議的網絡直播。電話結束後將可通過相同鏈接瀏覽存檔網絡廣播。電話會議的重播將持續一周（撥入號碼：+61 2 8199 0299；會議編號與上述一樣）。

我們的業績公告及所附幻燈片於2020年8月20日在阿里巴巴集團的投資者關係網站可供瀏覽，網址為 <https://www.alibabagroup.com/tc/ir/home>。

關於阿里巴巴集團

阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。集團旨在構建未來的商業基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活 在 阿里巴巴，並成為一家活 102 年的好公司。

聯繫方式

投資者關係聯繫

Rob Lin

Investor@alibabagroup.com

媒體聯繫

Brion Tingler

brion.tingler@alibaba-inc.com

Cathy Yan

cathy.yan@alibaba-inc.com

安全港聲明

本公告載有前瞻性陳述。該等陳述乃根據 1995 年美國私人證券訴訟改革法案 (U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995) 中的「安全港」條文作出。該等前瞻性陳述可通過如「將要」、「預期」、「預計」、「未來」、「擬」、「計劃」、「相信」、「估計」、「潛在」、「繼續」、「持續」、「目標」、「指引」等用語及類似陳述來識別。此外，任何不屬過往事實的陳述，包括有關阿里巴巴戰略及業務規劃的陳述，關於阿里巴巴業務發展及收入增長的信念、預期及指導，本公告中所述業務前景及管理層看法以及阿里巴巴的戰略及運營計劃均屬前瞻性陳述或包含前瞻性陳述。阿里巴巴亦可能在其提交予美國證券交易委員會（「證交會」）以及於香港聯合交易所有限公司（「香港聯交所」）網站發佈的定期報告、公告、新聞稿件及其他書面材料中做出前瞻性陳述或由其高級職員、董事或僱員向第三方口頭作出有關陳述。前瞻性陳述涉及內在風險及不明朗因素。多種因素均可導致實際業績大幅偏離任何前瞻性陳述所包含的結果，包括但不限於以下事項：新冠肺炎疫情的影響；阿里巴巴的預期收入增長；阿里巴巴的目標及戰略；阿里巴巴的未來業務發展；阿里巴巴維持其數字經濟體的可信賴狀態的能力；與持續投資阿里巴巴業務與戰略收購及投資有關的風險；阿里巴巴保持或增加其收入或業務的能力；阿里巴巴持續有效競爭及維持及改善數字經濟體網絡效應的能力；公司文化；阿里巴巴持續創新的能力；與運營一家複雜且龐大的公司有關的風險及挑戰；與國際及跨境業務及其運營，包括保護主義或國家安全政策有關的風險；由國家之間的競爭及地緣關係緊張而增加的不確定性；影響阿里巴巴業務運營的法律、法規及監管環境的變動；隱私及監管問題；安全漏洞；與我們業務合作夥伴（包括但不限於螞蟻集團）的表現有關的風險；及中國乃至全球整體經濟及商業環境的波動以及與上述任何一項相關或與之有關的假設。有關此方面及其他風險的進一步資料均包括在阿里巴巴於證交會的備案以及於香港聯交所網站發佈的公告內。本業績公告中所提供的所有信息均截至本業績公告日期止並基於我們認為截至該日期合理的假設，阿里巴巴集團並不承擔更新任何前瞻性陳述的任何義務，惟適用法律另有規定則除外。

非公認會計準則財務指標

為補充根據公認會計準則編制及呈列的合併財務報表，我們使用以下非公認會計準則財務指標：對於我們的合併業績，經調整息稅折舊及攤銷前利潤（「經調整 EBITDA」）（包括經調整 EBITDA 利潤率），經調整息稅及攤銷前利潤（「經調整 EBITA」）（包括經調整 EBITA 利潤率）、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益和自由現金流。有關該等非公認會計準則財務指標的更多資料，請參閱本業績公告「分部信息」一節及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格。

我們認為，經調整 EBITDA、經調整 EBITA、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤和非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益有助於我們識別業務的基本趨勢，避免由於在經營利潤、淨利潤和攤薄每股/每股美國存託股收益中計入某些收支導致這些趨勢失真。我們認為這些非公認會計準則財務指標提供了關於核心業務業績的實用信息、增強對過往表現及未來前景的整體理解，並且有助於更清晰地了解管理層在財務和運營決策中所使用的核心指標。我們呈列了三種不同的利潤指標，即經調整 EBITDA、經調整 EBITA 和非公認會計準則淨利潤，以及為我們的核心商業分部提供補充資料的核心商業交易市場經調整 EBITA，以便為投資者提供更多關於我們經營業績的信息及增加透明度。

我們將自由現金流視為一項流動性指標，可為管理層和投資者提供直觀信息，了解經營性現金流量中有多少能夠用於戰略投入，包括投資新的業務、進行戰略性投資和收購以及提升我們的財務狀況。

經調整 EBITDA、經調整 EBITA、核心商業交易市場經調整 EBITA、非公認會計準則淨利潤、非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益和自由現金流不應單獨考慮，不應視為或詮釋為可替代經營利潤、核心商業經調整 EBITA、淨利潤、攤薄每股/每股美國存託股收益、現金流量或任何其他業績指標，亦不應視為或詮釋為我們的經營業績。本節所列的非公認會計準則財務指標在美國公認會計準則下並無標準含義，也不應與其他公司提供的名稱類似的指標相比較，因為其他公司的計算方式可能不同，所以限制了其與我們相應數據的可比性。

經調整 EBITDA 指剔除以下項目的淨利潤：(i) 利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii) 某些非現金費用，包括股權激勵費用、無形資產攤銷、物業及設備折舊，和與土地使用權有關的經營租賃成本；我們認為上述事項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

經調整 EBITA 指剔除以下項目的淨利潤：(i) 利息收入和投資淨收益、利息費用、其他淨收支、所得稅費用和權益法核算的投資損益；(ii) 某些非現金費用，包括股權激勵費用和無形資產攤銷；我們認為上述項並未反映我們在報告期內的核心運營業績。

核心商業交易市場經調整 EBITA 指在核心商業經調整 EBITA 中剔除以下各項業務的影響：(i) 本地生活服務；(ii) Lazada；(iii) 新零售及進口直營；及(iv) 菜鳥網絡。核心商業交易市場經調整 EBITA 反映了我們最成熟業務的業績，即我們主要基於交易市場模式的中國零售市場和批發市場，因此通過排除尚處於早期發展階段且商業模式仍在變化的業務，核心商業交易市場經調整 EBITA 能幫助投資者在可比的基礎上清晰地評估我們最成熟業務的業績表現。

非公認會計準則淨利潤指剔除以下項目的淨利潤：股權激勵費用、無形資產攤銷、投資減值、視同處置/處置/重估投資產生的收益（損失）、因與螞蟻集團的重組安排而產生額外價值的攤銷及其他，以及非公認會計準則調整所產生的所得稅影響。

非公認會計準則攤薄每股收益指歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的期間已發行股份的加權平均數。**非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益**按普通股與美國存託股的比率調整後非公認會計準則攤薄每股收益得出。

自由現金流指我們的合併現金流量表中列報的經營活動產生的現金流量淨額減去購置物業及設備（不包括購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程）和其他無形資產，以及從經營活動產生的現金流量淨額中剔除我們的中國零售市場商家存入的消費者保護基金的資金。在本季度之前，我們亦自投資活動產生的現金流量中減去購置獲授權版權。我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」後，購置獲授權版權的現金支出從本財年第一季度開始於合併現金流量表中的歸類由投資活動變更為經營活動，並不作追溯應用。我們自投資活動產生的現金流量中減去若干項目，以提高貢獻收入的業務經營所產生現金流的透明度。我們剔除了「購置與企業園區有關的土地使用權和在建工程」，因為企業園區主要作為我們的企業及管理用途且與我們貢獻收入的業務經營不直接相關。我們還剔除了我們的中國零售市場商家存入的消費者保護基金的資金，因為該基金的目的僅限於償付消費者對商家的索賠。

本業績公告中的「分部信息」一節及「非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節」表格中載有關於非公認會計準則財務指標（與公認會計準則財務指標最直接可比）及該等財務指標之間有關調節的更多詳情。

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併利潤表

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | (以百萬計，每股數據除外) | | |
| 收入 | 114,924 | 153,751 | 21,762 |
| 營業成本 | (59,987) | (84,523) | (11,963) |
| 產品開發費用 | (10,478) | (11,082) | (1,569) |
| 銷售和市場費用 | (10,698) | (13,652) | (1,932) |
| 一般及行政費用 | (6,320) | (6,837) | (968) |
| 無形資產攤銷 | (3,066) | (2,952) | (418) |
| 經營利潤 | 24,375 | 34,705 | 4,912 |
| 利息收入和投資淨收益 | 187 | 22,137 | 3,133 |
| 利息費用 | (1,346) | (1,123) | (159) |
| 其他淨收支 | 2,101 | 1,493 | 212 |
| 扣除所得稅及權益法核算的 投資損益前的利潤 | 25,317 | 57,212 | 8,098 |
| 所得稅費用 | (6,712) | (11,124) | (1,574) |
| 權益法核算的投資損益 | 517 | 349 | 49 |
| 淨利潤 | 19,122 | 46,437 | 6,573 |
| 歸屬於非控制性權益的淨損失 | 2,326 | 1,096 | 155 |
| 歸屬於阿里巴巴集團股東的淨利潤 | 21,448 | 47,533 | 6,728 |
| 夾層權益的增值 | (196) | 58 | 8 |
| 歸屬於普通股股東的淨利潤 | 21,252 | 47,591 | 6,736 |
| 歸屬於普通股股東的每股收益⁽¹⁾ | | | |
| 基本 | 1.02 | 2.21 | 0.31 |
| 攤薄 | 1.01 | 2.17 | 0.31 |
| 歸屬於普通股股東的 每股美國存託股收益⁽¹⁾ | | | |
| 基本 | 8.18 | 17.64 | 2.50 |
| 攤薄 | 8.06 | 17.36 | 2.46 |
| 用於計算每股收益的加權 平均股數（百萬股）⁽¹⁾ | | | |
| 基本 | 20,776 | 21,581 | |
| 攤薄 | 21,075 | 21,926 | |

(1) 每股美國存託股代表八股普通股（已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

阿里巴巴集團控股有限公司

收入

所示期間按分部劃分的收入如下：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|---------------------------|-----------------|---------|--------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 核心商業 ⁽¹⁾ | 99,544 | 133,318 | 18,870 |
| 雲計算 ⁽²⁾ | 7,787 | 12,345 | 1,747 |
| 數字媒體及娛樂 ⁽³⁾⁽⁵⁾ | 6,426 | 6,994 | 990 |
| 創新業務及其他 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾ | 1,167 | 1,094 | 155 |
| 總計 | 114,924 | 153,751 | 21,762 |

- (1) 核心商業的收入主要來自我們的中國零售市場、盒馬、1688.com、Lazada.com、速賣通、Alibaba.com、菜鳥物流服務及本地生活服務。
- (2) 雲計算收入主要由提供彈性計算、數據庫、存儲、網絡虛擬化服務、大規模計算、安全、管理和應用服務、大數據分析、機器學習平台及物聯網等服務所產生。
- (3) 數字媒體及娛樂收入主要來自優酷、線上遊戲及 UCWeb。
- (4) 創新業務及其他收入主要來自高德、天貓精靈及其他創新業務。其他收入亦包括自螞蟻集團及其關聯方收取的中小企業貸款年費。
- (5) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的收入由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
分部信息

所示期間內我們按分部劃分的經營利潤（虧損）如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|------------------------|-----------------|---------|-------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 核心商業 | 35,049 | 45,192 | 6,397 |
| 雲計算 | (1,509) | (1,774) | (251) |
| 數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾ | (3,282) | (2,018) | (286) |
| 創新業務及其他 ⁽¹⁾ | (2,877) | (3,565) | (505) |
| 未分攤 | (3,006) | (3,130) | (443) |
| 總計 | 24,375 | 34,705 | 4,912 |

(1) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

所示期間內我們按分部劃分的經調整 EBITA 如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|------------------------|-----------------|---------|-------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 核心商業 | 41,025 | 51,237 | 7,252 |
| 雲計算 | (358) | (342) | (48) |
| 數字媒體及娛樂 ⁽¹⁾ | (2,331) | (1,321) | (187) |
| 創新業務及其他 ⁽¹⁾ | (1,867) | (2,705) | (383) |
| 未分攤 | (1,913) | (1,497) | (212) |
| 總計 | 34,556 | 45,372 | 6,422 |

(1) 自本季度開始，因自研線上遊戲業務已跨越了孵化階段，我們把該業務的業績由創新業務及其他分部重分類至數字媒體及娛樂分部。此重分類是依據我們如何管理及監察分部表現。可比期間數字亦已依據本年度列示方式作出相應重分類。

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併資產負債表

| | 於 3 月 31 日 | 於 6 月 30 日 | |
|---------------------|------------------|------------------|----------------|
| | 2020 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 資產 | | | |
| 流動資產： | | | |
| 現金及現金等價物 | 330,503 | 309,267 | 43,774 |
| 短期投資 | 28,478 | 72,311 | 10,235 |
| 受限制現金及應收託管資金 | 15,479 | 14,126 | 1,999 |
| 股權證券及其他投資 | 4,234 | 4,980 | 705 |
| 預付款項、應收款項及其他資產 | 84,229 | 90,628 | 12,828 |
| 流動資產總額 | 462,923 | 491,312 | 69,541 |
| 股權證券及其他投資 | 161,329 | 182,209 | 25,790 |
| 預付款項、應收款項及其他資產 | 57,985 | 58,152 | 8,231 |
| 權益法核算的投資 | 189,632 | 191,567 | 27,114 |
| 物業及設備（淨值） | 103,387 | 111,461 | 15,776 |
| 無形資產（淨值） | 60,947 | 57,580 | 8,150 |
| 商譽 | 276,782 | 276,896 | 39,192 |
| 資產總額 | 1,312,985 | 1,369,177 | 193,794 |
| 負債、夾層權益及股東權益 | | | |
| 流動負債： | | | |
| 短期銀行借款 | 5,154 | 4,543 | 643 |
| 應付所得稅 | 20,190 | 22,327 | 3,160 |
| 應付託管資金 | 3,014 | 1,635 | 231 |
| 預提費用、應付款項及其他負債 | 161,536 | 164,711 | 23,313 |
| 商家保證金 | 13,640 | 14,080 | 1,993 |
| 遞延收入及客戶預付款 | 38,338 | 40,797 | 5,775 |
| 流動負債總額 | 241,872 | 248,093 | 35,115 |

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計合併資產負債表（續）

| | 於 3 月 31 日 | 於 6 月 30 日 | |
|---------------------|------------------|------------------|----------------|
| | 2020 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 遞延收入 | 2,025 | 2,141 | 303 |
| 遞延所得稅負債 | 43,898 | 46,557 | 6,590 |
| 長期銀行借款 | 39,660 | 40,504 | 5,733 |
| 長期無擔保優先票據 | 80,616 | 80,390 | 11,378 |
| 其他負債 | 25,263 | 23,010 | 3,257 |
| 負債總額 | 433,334 | 440,695 | 62,376 |
| 承諾及或有事項 | — | — | — |
| 夾層權益 | 9,103 | 7,820 | 1,107 |
| 股東權益： | | | |
| 普通股 | 1 | 1 | — |
| 資本公積 | 343,707 | 349,742 | 49,503 |
| 庫存股（按成本計） | — | — | — |
| 應收股權認購款項 | (51) | (51) | (7) |
| 法定儲備 | 6,100 | 6,392 | 905 |
| 累計其他綜合損失 | (643) | (909) | (129) |
| 未分配利潤 | 406,287 | 453,528 | 64,192 |
| 股東權益總額 | 755,401 | 808,703 | 114,464 |
| 非控制性權益 | 115,147 | 111,959 | 15,847 |
| 權益總額 | 870,548 | 920,662 | 130,311 |
| 負債、夾層權益及權益總額 | 1,312,985 | 1,369,177 | 193,794 |

阿里巴巴集團控股有限公司
未經審計簡明合併現金流量表

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|-------------------------------|-----------------|---------------|---------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 (以百萬計) | 美元 |
| 經營活動產生的現金流量淨額 ⁽¹⁾ | 34,612 | 50,099 | 7,091 |
| 投資活動所用的現金流量淨額 ⁽¹⁾ | (21,136) | (67,728) | (9,586) |
| 融資活動產生(所用)的現金流量淨額 | 4,493 | (4,609) | (653) |
| 匯率變動對現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的影響 | 1,377 | (351) | (50) |
| 現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金的增加(減少) | 19,346 | (22,589) | (3,198) |
| 期初現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金 | 198,494 | 345,982 | 48,971 |
| 期末現金及現金等價物、受限制現金及應收託管資金 | 217,840 | 323,393 | 45,773 |

(1) 我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02 「娛樂—電影—其他資產—電影成本(副主題 926-20 號)及娛樂—廣播公司—無形資產—商譽及其他(副主題 920-350 號)」。由於採用該更新會計政策，我們從本財年第一季度開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用 ASU 2019-02 之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節

所示期間我們的淨利潤調整至經調整 EBITA 及經調整 EBITDA 的調節如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|-------------------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 淨利潤 | 19,122 | 46,437 | 6,573 |
| 減：利息收入和投資淨收益 | (187) | (22,137) | (3,133) |
| 加：利息費用 | 1,346 | 1,123 | 159 |
| 減：其他淨收支 | (2,101) | (1,493) | (212) |
| 加：所得稅費用 | 6,712 | 11,124 | 1,574 |
| 加：權益法核算的投資損益 | (517) | (349) | (49) |
| 經營利潤 | 24,375 | 34,705 | 4,912 |
| 加：股權激勵費用 | 7,115 | 7,715 | 1,092 |
| 加：無形資產攤銷 | 3,066 | 2,952 | 418 |
| 經調整 EBITA | 34,556 | 45,372 | 6,422 |
| 加：物業及設備的折舊以及 與土地使用權有關的經營 租賃成本 | 4,682 | 5,667 | 802 |
| 經調整 EBITDA | 39,238 | 51,039 | 7,224 |

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間核心商業經調整 EBITA 調整至核心商業交易市場經調整 EBITA 的調節如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 (以百萬計) | 美元 |
| 核心商業經調整 EBITA | 41,025 | 51,237 | 7,252 |
| 減：本地生活服務、 Lazada、新零售及進口 直營和菜鳥網絡的影響 | 5,775 | 4,239 | 600 |
| 核心商業交易市場經調整 EBITA | 46,800 | 55,476 | 7,852 |

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間我們的淨利潤調整至非公認會計準則淨利潤的調節如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|-----------------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 淨利潤 | 19,122 | 46,437 | 6,573 |
| 加：股權激勵費用 | 7,115 | 7,715 | 1,092 |
| 加：無形資產攤銷 | 3,066 | 2,952 | 418 |
| 加：投資減值 | 250 | 103 | 15 |
| 減：視同處置/處置/重估投資產生的(損失)收益及其他 | 1,626 | (19,030) | (2,694) |
| 加：因與螞蟻集團的重組安排而產生額外價值的攤銷 | 66 | — | — |
| 非公認會計準則調整所產生的所得稅影響 ⁽¹⁾ | (296) | 1,297 | 183 |
| 非公認會計準則淨利潤 | 30,949 | 39,474 | 5,587 |

(1) 非公認會計準則調整所產生的所得稅影響主要包括與股權激勵費用、部分投資收益或損失及無形資產攤銷相關的所得稅影響。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間我們攤薄每股/每股美國存託股收益調整至非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益的調節如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|---|-----------------|---------|--------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | （以百萬計，每股數據除外） | | |
| 歸屬於普通股股東的淨利潤—基本 | 21,252 | 47,591 | 6,736 |
| 權益法核算的被投資企業及子公司的股票期權計劃對收益的攤薄效應 | (11) | (13) | (2) |
| 歸屬於普通股股東的淨利潤—攤薄 | 21,241 | 47,578 | 6,734 |
| 加：對淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽¹⁾ | 11,827 | (6,963) | (986) |
| 用於計算非公認會計準則攤薄每股/每股美國存託股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤 | 33,068 | 40,615 | 5,748 |
| 按攤薄基準計算的加權平均股數（百萬股） ⁽⁵⁾ | 21,075 | 21,926 | |
| 攤薄每股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾ | 1.01 | 2.17 | 0.31 |
| 加：對每股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾ | 0.56 | (0.32) | (0.05) |
| 非公認會計準則攤薄每股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾ | 1.57 | 1.85 | 0.26 |
| 攤薄每股美國存託股收益 ⁽²⁾⁽⁵⁾ | 8.06 | 17.36 | 2.46 |
| 加：對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整 ⁽³⁾⁽⁵⁾ | 4.49 | (2.54) | (0.36) |
| 非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾ | 12.55 | 14.82 | 2.10 |

(1) 關於此類對淨利潤的非公認會計準則調整的更多信息，參見上表有關淨利潤與非公認會計準則淨利潤的調節。

- (2) 攤薄每股收益按用於計算攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的淨利潤除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。攤薄每股美國存託股收益按普通股與美國存託股的比率調整後的攤薄每股收益得出。
- (3) 對每股淨利潤的非公認會計準則調整按對淨利潤的非公認會計準則調整額除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。對每股美國存託股淨利潤的非公認會計準則調整按普通股與美國存託股的比率調整後的對每股淨利潤的非公認會計準則調整得出。
- (4) 非公認會計準則攤薄每股收益按用於計算非公認會計準則攤薄每股收益的歸屬於普通股股東的非公認會計準則淨利潤除以按攤薄基準計算的加權平均股數得出。非公認會計準則攤薄每股美國存託股收益按普通股與美國存託股的比率調整後的非公認會計準則攤薄每股收益得出。
- (5) 每股美國存託股代表八股普通股（已反映於 2019 年 7 月 30 日生效的股份分拆及美國存託股比率變更）。

阿里巴巴集團控股有限公司

非公認會計準則財務指標與其最接近的可比美國公認會計準則指標之間的調節（續）

所示期間經營活動產生的現金流量淨額調整至自由現金流的調節如下表所示：

| | 截至 6 月 30 日止三個月 | | |
|--|-----------------|---------------|--------------|
| | 2019 | 2020 | |
| | 人民幣 | 人民幣 | 美元 |
| | | (以百萬計) | |
| 經營活動產生的現金流量淨額 ⁽¹⁾ | 34,612 | 50,099 | 7,091 |
| 減：購置物業及設備（不 包括與企業園區有關的土地 使用權及在建工程） | (5,856) | (13,372) | (1,893) |
| 減：購置獲授權版權 ⁽¹⁾ 和 其他無形資產 | (2,395) | (56) | (8) |
| 減：消費者保護基金的資金 變動 | — | (101) | (14) |
| 自由現金流 | 26,361 | 36,570 | 5,176 |

- (1) 我們自 2020 年 4 月 1 日起採用 ASU 2019-02 「娛樂－電影－其他資產－電影成本（副主題 926-20 號）及娛樂－廣播公司－無形資產－商譽及其他（副主題 920-350 號）」。由於採用該更新會計政策，我們從本財年第一季度開始把購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表中歸類為經營活動，並不作追溯應用。在我們採用 ASU 2019-02 之前，購置獲授權版權的現金支出於合併現金流量表被歸類為投資活動。

阿里巴巴集團控股有限公司
運營數據概要

年度活躍消費者

所示期間內我們的中國零售市場年度活躍消費者數量如下表所示：

| | 截至相應日期止 12 個月期間 | | | | | | | |
|---------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2018 年 9 月 30 日 | 2018 年 12 月 31 日 | 2019 年 3 月 31 日 | 2019 年 6 月 30 日 | 2019 年 9 月 30 日 | 2019 年 12 月 31 日 | 2020 年 3 月 31 日 | 2020 年 6 月 30 日 |
| | (以百萬計) | | | | | | | |
| 年度活躍消費者 | 601 | 636 | 654 | 674 | 693 | 711 | 726 | 742 |

移動月活躍用戶

所示期間內通過我們的各種移動 APP 進入我們的中國零售市場的移動月活躍用戶數量如下表：

| | 截至相應日期的月度 | | | | | | | |
|---------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 2018 年 9 月 30 日 | 2018 年 12 月 31 日 | 2019 年 3 月 31 日 | 2019 年 6 月 30 日 | 2019 年 9 月 30 日 | 2019 年 12 月 31 日 | 2020 年 3 月 31 日 | 2020 年 6 月 30 日 |
| | (以百萬計) | | | | | | | |
| 移動月活躍用戶 | 666 | 699 | 721 | 755 | 785 | 824 | 846 | 874 |